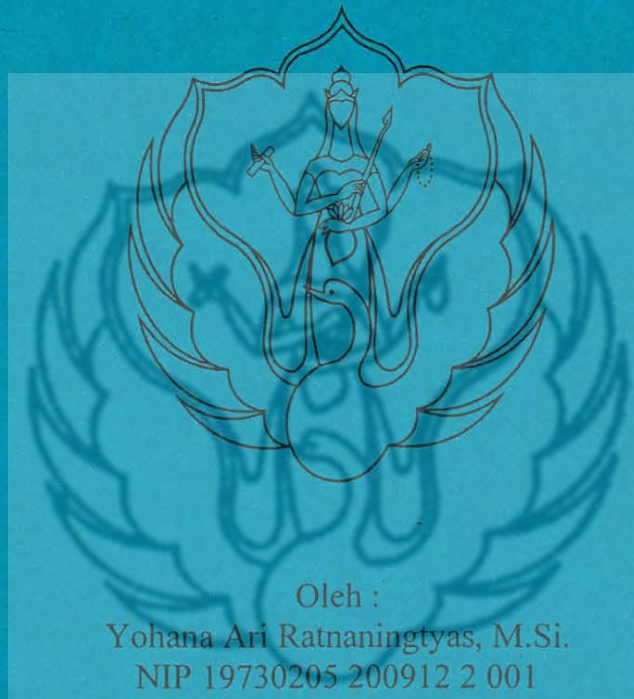


MANDIRI

LAPORAN PENELITIAN SENI
PEMASARAN DESA WISATA KALIBUNTUNG
DALAM MENDUKUNG PENGEMBANGAN PARIWISATA
DI KABUPATEN BANTUL



Oleh :
Yohana Ari Ratnaningtyas, M.Si.
NIP 19730205 200912 2 001

Dibiayai dari DIPA ISI Yogyakarta
No : 0605/023-04.2.01/14/2012, tanggal 9 Desember 2012

Kepada
Lembaga Penelitian
Institut Seni Indonesia Yogyakarta
Desember 2012

NO.	690/KULKKI/2013
KLAS	
TERIMA	24-04-2013
ITD	CP.

MANDIRI

LAPORAN PENELITIAN SENI

PEMASARAN DESA WISATA KALIBUNTUNG
DALAM MENDUKUNG PENGEMBANGAN PARIWISATA
DI KABUPATEN BANTUL



Oleh :
Yohana Ari Ratnaningtyas, M.Si.
NIP 19730205 200912 2 001

Dibiayai dari DIPA ISI Yogyakarta
No : 0605/023-04.2.01/14/2012, tanggal 9 Desember 2012

Kepada
Lembaga Penelitian
Institut Seni Indonesia Yogyakarta
Desember 2012



HALAMAN PENGESAHAN

1. Judul : Pemasaran Desa Wisata Kalibuntung Dalam Mendukung Pengembangan Pariwisata di Kabupaten Bantul
2. Bidang Ilmu : Manajemen Seni
3. Peneliti:
 - a. Nama lengkap : Yohana Ari Ratnaningtyas, MSi
 - b. Jenis kelamin : wanita
 - c. NIP : 19730205 200912 2 001
 - d. Pangkat/Gol : III/b
 - e. Jabatan Fungsional : Lektor
 - f. Fakultas/jurusan : Media Rekam/Televisi
4. Lokasi : Dusun Tangkil, Desa Srihardono, Kecamatan Pundong, Kabupaten Bantul, DIY
5. Waktu penelitian : 8 bulan
6. Biaya : Rp 4.500.000,00

Yogyakarta, Desember 2012

Mengetahui,

Dekan Fak Media Rekam

Drs. Alexandri Luthfi R, MS.

NIP 19580912 198601 1 001

Ketua Peneliti

Yohana Ari Ratnaningtyas, M.Si.

NIP 19730205 200912 2 001

Menyetujui,
Ketua Lembaga Penelitian

Dr. Sunarto, M. Hum
NIP 19570709 198503 1 004



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA
LEMBAGA PENELITIAN

Jalan Parangtritis Km. 6,5 Kotak Pos 1210 Yogyakarta 55001
Telp. (0274) 379935, 379133, Fax. (0274) 371233

BERITA ACARA
PEMANTAUAN PENELITIAN TAHUN 2012
LEMBAGA PENELITIAN ISI YOGYAKARTA

Yang bertanda tangan dibawah ini saya,

N a m a : Yohana Ari Ratnaningtyas, M.Si.
Jenis Penelitian : PENELITIAN DOSEN MUDA
Judul : PEMASARAN DESA WISATA KALIBUNTUNG DALAM
MENDUNG PENGEMBANGAN PARIWISATA DI KBUPATEN
BANTUL

Telah menghadiri dan melaksanakan pemantauan penelitian tahun 2012 pada:

Hari/ Tanggal : Rabu / 28 Nopember 2012
Tempat : Rumah Budaya Tembi
Tim Pembina : 1. Dr. H. Hersapandi ttd.
2. Dra. Daruni, MHum ttd.

Demikian Berita Acara ini kami buat dengan sesungguhnya.

Mengetahui
Ketua LPT

Dr. Sunarto, M. Hum.,
NIP 19570709 1985031004.

Yogyakarta, 28 Nopember 2012
Peneliti,

Yohana Ari Ratnaningtyas, M.Si.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur atas RahmatNya kami panjatkan dihadapan Tuhan Yang Maha Kasih, yang telah memberikan berkah melimpah sehingga penelitian ini dapat terlaksana dengan baik dan berjalan dengan lancar. Kegiatan penelitian ini diadakan di desa wisata Kalibuntung, Tangkil, Srihardono, Pundong, Bantul.

Desa wisata Kalibuntung merupakan desa wisata yang baru saja berdiri dan memiliki banyak keunggulan yang dapat terus dikembangkan. Pengembangan desa wisata tidak terlepas dari kesiapan sumber daya manusia pengelola, pemasaran dan dukungan dari masyarakat setempat. Pemasaran desa wisata ini juga sangat mendapat dukungan dari pemerintah daerah untuk lebih mengenalkan dan mengembangkan pariwisata di Kabupaten Bantul.

Kami mengucapkan terimakasih kepada Lembaga Penelitian ISI Yogyakarta yang telah memberikan kesempatan untuk melaksanakan kegiatan penelitian ini. Terima kasih juga kami ucapkan kepada pengelola desa wisata Kalibuntung, pemerintah dan masyarakat setempat, Dinas Pariwisata Kabupaten Bantul dan semua pihak yang telah memberikan bantuan dalam penyelesaian penelitian ini.

Akhir kata, semoga penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca dan ilmu pengetahuan pada umumnya.

Yogyakarta, Desember 2012

Peneliti

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	i
BERITA ACARA PEMANTAUAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	iv
ABSTRAK	v
BAB I. PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Perumusan Masalah	3
C. Tinjauan Pustaka	3
D. Tujuan Penelitian	9
E. Manfaat Penelitian	9
F. Metode Penelitian	9
BAB II. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	11
A. Faktor Geografis dan Demografis	11
B. Potensi dan Fasilitas	13
C. Strategi Pemasaran	14
D. Data kunjungan wisatawan	17
E. Dukungan dari pemerintah dan masyarakat	18
F. Analisis Data	22
BAB III. PENUTUP	24
A. Kesimpulan	24
B. Saran	25
DAFTAR PUSTAKA	26
LAMPIRAN	

Abstrak

Pemasaran pariwisata merupakan suatu bentuk strategi promosi yang efektif yang digunakan oleh daerah tujuan wisata untuk menarik pengunjung dan memerlukan strategi pemasaran produk yang spesifik untuk bisa bersaing dan unggul di bisnis wisata

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui berbagai potensi di desa wisata Kalibuntung, bagaimana strategi pemasaran dan mengetahui partisipasi masyarakat serta dukungan dari pemerintah dalam mengembangkan pariwisata di Bantul

Hasil penelitian menunjukkan bahwa desa wisata ini mempunyai banyak potensi yang diunggulkan, strategi pemasaran yang sangat agresif baik konvensional maupun melalui media jejaring social sehingga jumlah wisatawan semakin meningkat. Disamping itu dukungan penuh dari masyarakat setempat dan pemerintah daerah membuat desa wisata kalibuntung ini dapat berkembang dengan pesat

Kata kunci : desa wisata, pemasaran, pengembangan pariwisata

Abstract

Tourism marketing can be defined as the effective promotional strategies used by tourist destinations to attract visitors which requires a product-specific marketing strategy if it is to beat the competition and win the business of tourist

The purpose of this research is to find out range of the potential in Kalibuntung tourism village, how to make the marketing strategy and how the role of the community and government to support tourism development in Bantul

The result of the research show that rural tourism has a lot of potential, very aggressive marketing strategies of both conventional and through social networking media that the number of tourists is increasing. The full support of local communities and the local government that make this tourist village can be develop quickly.

Keywords :rural tourism, marketing, tourism development.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Kabupaten Bantul merupakan salah satu dari 5 wilayah Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta yang memiliki potensi pariwisata yang beraneka ragam mulai dari flora, fauna dan kekayaan ragam budaya yang dapat dikembangkan menjadi obyek dan daya tarik wisata. Pemerintah Daerah saat ini mendukung dan memfasilitasi keberadaan desa wisata yang ada dengan cara memberikan pembinaan dan turut memasarkan di berbagai event yang terselenggara.

Keberhasilan pemasaran dan pengembangan desa wisata tergantung pada kesan baik dan menyenangkan yang diperoleh wisatawan setelah mengunjungi. Kesan yang baik/menyenangkan akan terbentuk jika para wisatawan merasa mendapatkan apa yang diharapkan. Oleh karena itu perlu pengelolaan dan pemasaran yang terpadu sehingga produk yang dihasilkan oleh desa wisata ini dapat diterima dengan baik oleh wisatawan dan menjadi bahan rujukan bagi calon wisatawan untuk datang ke lokasi desa wisata tersebut.

Salah satu desa wisata yang saat ini baru dikembangkan adalah desa wisata Kalibuntung yang terletak di desa Srihardono. Desa ini merupakan salah satu dari tiga desa dalam wilayah Kecamatan Pundong Kabupaten Bantul. Desa Srihardono berjarak sekitar 20 km ke arah Selatan dari Ibukota Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta, dan dari Ibukota Kabupaten Bantul berjarak 5 km ke arah Tenggara. Daerah ini mudah dicapai, karena dari kota Yogyakarta dihubungkan jalan beraspal

menuju obyek wisata Pantai Parangtritis. Desa Srihardono telah dihubungkan dengan jalan beraspal yang menuju kota Kecamatan Pundong.

Desa Wisata Kalibuntung yang berada di dusun Tangkil merupakan salah satu aset desa wisata yang saat ini sedang difokuskan untuk berkembang dan diharapkan dapat dipasarkan secara optimal. Desa wisata Kalibuntung ini merupakan desa wisata yang masih baru karena mulai terbentuk pada pertengahan 2011 dan diresmikan oleh Dinas Pariwisata Bantul pada September 2011. Desa wisata ini berdiri atas prakarsa warga masyarakat dan pemuda yang sadar akan wisata yang didasarkan pada komitmen dan dorongan yang kuat untuk menggali potensi yang dimiliki dan berupaya untuk meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan warga sekitar.

Desa wisata Kalibuntung mempunyai berbagai unggulan yang siap disuguhkan ke wisatawan diantaranya suasana khas pedesaan yang masih tradisional dan alami dilengkapi dengan berbagai ragam budaya seperti kesenian reog, karawitan dan gejog lesung. Disamping itu berbagai kerajinan juga diproduksi seperti wayang kertas, topeng, kerajinan janur dan aneka dolanan anak. Desa wisata ini diprediksi dapat berkembang dengan cepat karena tekad dan komitmen yang kuat dari pengelola dengan memasarkan ke berbagai tempat seperti sekolah, perguruan tinggi bahkan berbagai instansi pemerintah dan swasta baik di sekitar Yogyakarta maupun luar kota.

B. Perumusan masalah

Pada penelitian ini akan dibahas sejumlah permasalahan yang dirumuskan sebagai berikut:

1. Apa saja potensi yang dimiliki desa wisata Kalibuntung dalam mendukung pengembangan pariwisata di kabupaten Bantul?
2. Bagaimana pola pengembangan dan pemasaran desa wisata Kalibuntung?
3. Bagaimana peran pemerintah dan masyarakat dalam pengembangan desa wisata Kalibuntung?

C. Tinjauan Pustaka

1. Pemasaran

Pemasaran pada umumnya dipandang sebagai tugas untuk memperkenalkan, menyerahkan barang dan jasa kepada konsumen pada waktu yang tepat dan harga yang bersedia dibayar oleh konsumen. Saat ini pemahaman pemasaran tidak hanya membuat penjualan tetapi juga harus memahami kebutuhan pelanggan, mengembangkan produk dan jasa yang menyediakan nilai unggul bagi pelanggan, menetapkan harga, mempromosikan secara efektif sehingga dapat memberikan kepuasan bagi pelanggan.

Kotler dan Armstrong (2008:10) mendefinisikan manajemen pemasaran sebagai seni dan ilmu dalam memilih target pasar dan membangun hubungan yang menguntungkan dengan target pasar tersebut. Tujuan manajer pemasaran adalah menemukan, menarik, mempertahankan dan menumbuhkan pelanggan

sasaran dengan menciptakan, memberikan, dan mengkomunikasikan keunggulan nilai bagi pelanggan.

Pemasaran adalah suatu proses social dan manajerial yang didalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan mempertukarkan prosuk yang bernilai kepada pihak lain (Kotler, 2006:9).

Program pemasaran itu sendiri terdiri dari sejumlah keputusan tentang bauran alat-alat pemasaran yang digunakan. Untuk itu Kotler & Amstrong (2008:62) mendefinisikan bauran pemasaran sebagai kumpulan alat pemasaran taktis terkendali yang dipadukan perusahaan untuk menghasilkan respon yang diinginkan pasar sasaran, yang dilakukan untuk mempengaruhi permintaan produknya.

Adapun alat bauran pemasaran terdiri dari:

- a. Produk yang meliputi keragaman, kualitas, desain, fitur, nama, merek dan kemasan;
- b. Harga yang terdiri dari daftar harga, diskon, periode pembayaran dan syarat kredit;
- c. Tempat yang terdiri dari saluran distribusi, cakupan, kombinasi, lokasi dan persediaan;
- d. Promosi yang memegang peranan penting dalam proses pemasaran yaitu menyebarkan informasi, mempengaruhi atau membujuk dan mengingatkan pasar pada sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima,

membeli, dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan.

Sedangkan menurut Kotler and Keller (2006:29) bauran Promosi meliputi:

- 1) Iklan,
- 2) Penjualan langsung,
- 3) Promosi penjualan dan
- 4) Hubungan masyarakat.

Konsep pemasaran mempunyai perspektif dari luar ke dalam yang dimulai dengan pasar yang terdefinisi dengan baik, focus pada kebutuhan pelanggan dan mengintegrasikan semua kegiatan pemasaran yang mempengaruhi pelanggan. Sebagai imbalannya, pemasaran mencapai keuntungan dengan menciptakan hubungan yang langgeng dengan pelanggan yang tepat, berdasarkan nilai dan kepuasan pelanggan.

2. Desa wisata

Berwisata adalah sebuah kegiatan yang bisa menyegarkan pikiran dan mencari inspirasi untuk sekadar lari dari kepenatan karena aktivitas yang dianggap terasa menjemukan. Termasuk diantara salah satu jenisnya yakni berwisata di desa wisata yang merupakan sebuah alternatif berwisata yang cukup unik dan menyenangkan. Desa wisata adalah sebuah kawasan pedesaan yang memiliki beberapa karakteristik khusus untuk menjadi daerah tujuan wisata. Di kawasan ini, penduduknya masih memiliki tradisi dan budaya yang relatif masih

asli. Selain itu, beberapa faktor pendukung seperti makanan khas, sistem pertanian dan sistem sosial turut mewarnai sebuah kawasan desa wisata. Di luar faktor-faktor tersebut, alam dan lingkungan yang masih asli dan terjaga merupakan salah satu faktor terpenting dari sebuah kawasan tujuan wisata. Atau dengan kata lain desa wisata adalah suatu bentuk integrasi antara atraksi, akomodasi dan fasilitas pendukung yang disajikan dalam suatu struktur kehidupan masyarakat yang menyatu dengan tata cara dan tradisi yang berlaku.

Adapun kriteria desa wisata menurut Muliawan (2008: 34) adalah sebagai berikut:

- a. Memiliki potensi keunikan dan daya tarik wisata yang khas (sebagai atraksi wisata), baik berupa karakter fisik lingkungan alam pedesaan maupun kehidupan sosial budaya kemasyarakatan,
- b. Memiliki dukungan dan kesiapan fasilitas pendukung kepariwisataan terkait dengan kegiatan wisata pedesaan, yang antara lain dapat berupa : akomodasi/penginapan, ruang interaksi masyarakat dengan wisatawan/tamu, atau fasilitas pendukung lainnya.
- c. Memiliki interaksi dengan pasar (wisatawan) yang tercermin dari kunjungan wisatawan ke lokasi desa tersebut.
- d. Adanya dukungan, inisiatif, dan partisipasi masyarakat setempat terhadap pengembangan desa wisata tersebut terkait dengan kegiatan kepariwisataan (sebagai desa wisata)
- e. Serta mampu menggerakkan aktifitas ekonomi pariwisata yang dapat meningkatkan kesejahteraan dan pemberdayaan masyarakat setempat.

Makna dari pengembangan desa wisata adalah pengembangan suatu wilayah desa, dengan memanfaatkan unsur-unsur yang ada di dalam masyarakat dan desa, menjadi berfungsi sebagai atribut peristiwa yang terpadu dan memiliki tema. Desa sebagai sebuah produk wisata mampu menyediakan dan memenuhi serangkaian kebutuhan perjalanan, baik aspek daya tarik maupun berbagai fasilitas pendukungnya. Dengan demikian desa wisata sebagai sebuah obyek wisata yang sudah dikembangkan sedemikian rupa sehingga daya tariknya dikelola dengan baik dengan senantiasa mempertahankan sifat keasliannya. Karena desa wisata sudah dikelola sebagai sebuah produk wisata, maka di situ sudah dapat dikenali dengan jelas; obyek wisatanya/ daya tariknya, sarana pendukung pariwisatanya, dan pengelola serta pengelolaannya. Tujuan dari pengelolaan ini adalah agar desa itu memiliki spesifikasi, dan selanjutnya supaya menjadi obyek wisata alternatif.

Terdapat beberapa tantangan dalam pengembangan desa wisata yang harus diperhatikan diantaranya adalah:

a. Lokasi

Tidak semua lokasi atau hamparan wilayah pedesaan menarik bagi wisatawan. Penyediaan sarana akomodasi tidak secara otomatis akan menarik minat wisatawan tanpa mengintegrasikannya dalam paket produk secara terintegrasi dengan elemen penunjang lainnya.

b. Investasi

Perlunya investasi untuk diversifikasi produk yang akan ditawarkan dalam pengembangan pariwisata pedesaan. Walaupun penekanan pada pemanfaatan

sumber daya lokal, induksi luar masih diperlukan mengingat modal, manajemen, pemasaran memerlukan integrasi holistik dengan model pariwisata lainnya yang telah ada.

c. Pemasaran

Biasanya bisnis pariwisata pedesaan kurang didukung oleh sumberdaya manusia yang memiliki skill memadai sesuai yang diperlukan untuk pemasaran yang efektif sebagai syarat kesuksesan. Oleh karenanya kerja sama kolektif sangat penting dalam pemasaran kawasan secara regional, nasional dan internasional.

d. Isu kualitas dan pelayanan produk

Yang dimaksud adalah produk dan pelayanan jasa yang belum bisa memenuhi ekspektasi wisatawan yang mempunyai harapan tertentu dari setiap uang yang akan dikeluarkannya.

Dengan adanya pengembangan dan pemasaran yang gencar dari desa wisata ini diharapkan dapat memajukan tingkat hidup masyarakat sekaligus melestarikan identitas budaya dan tradisi lokal, meningkatkan dan pemeratakan tingkat pendapatan secara ekonomis penduduk lokal, mengembangkan semangat kompetisi sekaligus kooperatif dan yang terpenting adalah memanfaatkan pariwisata seoptimal mungkin sebagai sektor penyumbang tradisi budaya dengan dampak seminimal mungkin.

D. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan permasalahan – permasalahan yang akan dibahas, penelitian ini bertujuan untuk:

1. Mendeskripsikan berbagai potensi yang ada di desa wisata Kalibuntung untuk mendukung pengembangan pariwisata di Kabupaten Bantul
2. Mendeskripsikan pola-pola pengembangan dan pemasaran yang dilakukan desa wisata Kalibuntung
3. Mendeskripsikan peran yang dilakukan oleh pemerintah dan masyarakat dalam pengembangan desa wisata

E. Manfaat Penelitian

Temuan dalam penelitian ini diharapkan memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Memberi masukan bagi pola pengembangan dan pemasaran pariwisata di kabupaten Bantul
2. Sebagai titik tolak untuk melakukan penelitian sejenis yang lebih mendalam dan pada lingkup yang lebih luas.

F. Metode Penelitian

1. Disain Penelitian

Penelitian ini adalah merupakan penelitian deskriptif. Metode penelitian utama yang digunakan adalah kualitatif, akan tetapi untuk melengkapi analisis data kualitatif, maka akan ditampilkan dan diperkuat pula dengan data-data yang

bersifat kuantitatif. Analisa kualitatif yang digunakan adalah deskriptif-induktif, sedangkan data kuantitatif yang digunakan adalah prosentase dalam bentuk tabulasi.

2. Subjek Penelitian

Subjek penelitian ditentukan dan dipilih secara sengaja sesuai dengan karakteristik penelitian, yaitu: pengelola desa wisata dan tokoh masyarakat setempat; warga masyarakat; dan wisatawan. Sedangkan informan penelitian berasal pemerintah desa dan dari Dinas Pariwisata Bantul.

3. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang dilakukan adalah menggunakan teknik :

a. Observasi

Dalam melakukan pengumpulan data peneliti berada di tempat penelitian untuk melakukan pengamatan secara langsung, mencatat perilaku dan kejadian sebagaimana yang terjadi pada keadaan yang sebenarnya.

b. Wawancara

Adalah percakapan dengan maksud tertentu yang dilakukan oleh dua belah pihak yaitu pewawancara yang mengajukan pertanyaan dan terwawancara yang memberikan jawaban atas pertanyaan tersebut.

c. Dokumentasi

Data yang diperoleh dengan cara mengumpulkan sumber-sumber tercetak seperti buku, laporan, jurnal serta dokumen yang berupa catatan-catatan maupun foto dan video. Peneliti juga mencari data-data melalui dokumen-dokumen dan arsip-arsip pada instansi-instansi yang terkait.